【专家访谈】

小而美的轻知识管理

——《知识管理论坛》对话为知笔记 CEO 李峻先生

◎ 采编：王铮 刘远颖

编者按：在本期《专家访谈》栏目中，我们对话了北京我知科技有限公司 CEO 李峻先生。谈到该公司的产品 —— 为知笔记，相信很多人都不会陌生。在当下的中国，有越来越多的用户开始接触、喜爱并依赖笔记类软件应用，将其融入到自己的生活、学习和工作中，并由此开始自发地运用知识管理的理念与方法。笔记类软件也逐渐从个人应用拓展到团队应用和企业应用，从单纯的信息记录功能扩展为支持知识采集、知识组织、知识搜索、知识分享和知识共创等知识管理功能。而为知笔记则是目前诸多笔记类软件应用中的先驱者和佼佼者，被誉为更适合国人使用的云笔记，在越来越多的个人、企业用户中树立了口碑。

为知笔记的开发团队从 2011 年成立公司到今年已经走过了 5 年时间。而这 5 年正是移动互联、云计算、大数据、人工智能等各类 IT 技术发展日新月异、方兴未艾的 5 年，全社会的知识环境发生了史无前例的变化。为知笔记的发展历程也恰恰为我们观察这 5 年间知识管理工具的发展进化提供了一个绝佳窗口。

李峻先生 10 余年前曾供职于金山软件，是中国最早一批互联网程序员之一，后来又自主创业，在互联网软件工具开发和服务、知识管理等方面具有丰富的经历和深刻的见解。相信本期访谈一定会为我们从工具角度认识知识管理带来新的收获。

采访者：《知识管理论坛》(以下简称 KMF) 编辑部王铮、刘远颖

受访者：北京我知科技有限公司 CEO 李峻

采访时间：2016 年 4 月 12 日

采访地点：北京 · 中国科学院文献情报中心

引用格式：小而美的轻知识管理 ——《知识管理论坛》对话为知笔记 CEO 李峻先生 [J/OL]. 知识管理论坛 , 2016, 1(2): 156-162[引用日期]. http://www.kmf.ac.cn/paperView?id=27.

1 关于为知笔记的开发历程和开发理念

问题 1 KMF：李总您好，我们看到当前国内有越来越多的用户开始使用笔记类产品进行个人知识管理，也有越来越多的企业开始利用这类产品进行部门和团队的知识管理。为知笔记是国内笔记类软件中发展较早的，已受到越来越多用户的青睐，但是人们对于这款工具背后的开发团队可能还了解甚少，您是否能首先介绍一下这款软件幕后的开发故事和公司的基本情况？

李峻：我们最初有两个创始人，我和魏拾俊，都是喜欢做产品的极客，应该属于中国的第一代互联网程序员。那时候也不太分产品经理和程序员，反正有了兴趣我们就去写程序、做产品。我们最早是在 “ 金山办公 ” 做 WPS，所以那时的积累和现在公司做的事情有很大的关系。

那时我们的业余时间就是做共享软件。在 2002 年前后，国内曾掀起过一阵共享软件开发的热潮，一些优秀的程序员在业余时间或专职开发一些共享软件。为知笔记的前身 “ 网文快捕 ” 就是此时开发的一款共享软件。

发表日期：2016-04-29　　本文责任编辑：王传清

ChinaXiv合作期刊
知识管理论坛，2016(2):156-162
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2016.020

早期的网文快捕还是以捕捉和保存网页为主，因为在那时一方面网络费用贵，另一方面搜索引擎技术还不强大，很多东西看过一遍之后搜索引擎就再也搜不到了，所以很多人会保存网页，建一个本地的文件夹，再离线阅读。网文快捕满足了用户这方面的需求，是基于网页、浏览器来做的早期的互联网产品。到我们在 2009 年创业的时候，已经是移动互联网时代，那时候 iPhone、Android 都出现了，我们就很自然把这款产品进行了改造，使其能够适应移动体验，同时也保留桌面端，这种多端的产品形态一直做到现在。

问题 2　KMF：从您的描述中可以看到为知笔记的发展历程是和近年来的信息技术发展同步的。贵公司是在 2011 年成立的，从那时到现在整整 5 年时间，这 5 年也是智能手机、移动互联网、云计算飞速发展和普及应用的 5 年。在您看来，这 5 年时间里，为知笔记所处的知识环境有哪些变化，为知笔记又是如何应对和适应这些变化的？

李峻：我们是 2009 年出来创业，2011 年成立的公司，移动版也是 2011 年开始做的，当时也是借助了创业投资的势头，才能快速地把产品做起来。像是云服务的应用、移动端产品的体验，我们都是起步比较早的。

在当时，云服务的普及程度还不高，许多现在看起来很常见的服务模式在当时还存在很多争议，比如到底是使用云服务与云设施、把功能放到云上，还是自建服务，当时我们就处在这样一个面临抉择的十字路口，很多人还在观望，而我们当时就选择了做“云”的方向，与阿里云合作，做技术的配合。现如今，像阿里云这种基础云设施在国内已经非常普及，其可靠性也已得到了充分的验证，这也证明我们当初的选择是正确的。所以我们为知笔记的发展是和云服务在中国的应用一起成长过来的。

2　关于用户在桌面端和移动端的笔记使用习惯

问题 3　KMF：您在移动体验这一块又是如何认识？如何来做的呢？

李峻：在移动体验这一块，早期移动应用的开发者也不是很多。在微信出来之前，大家都在开发 APP，微信出来之后 APP 的热潮又一下子冷却，大家又一窝蜂地去做微信应用。其实，微信上的应用在用户体验上还是有很大不同的。为知笔记并不是一个纯移动的应用，而是一个移动端和 PC 桌面端互补并存的产品。

移动应用刚兴起的时候，很多公司的所有力量都去做移动端了，根本不考虑软件桌面端的体验。这样会造成产品焦点的偏离和游移。而我们在这个过程中还是以用户想要的东西为主，在移动端和桌面端之间、在桌面软件和移动 APP 之间坚持一种互补和平衡的理念。我们会根据用户信息的获取来源来做相应的改进优化，比如微博出来了我们就有微博的接口，微信出来了我们就有微信的接口；如果没有开放接口，我们会找出一些办法来帮助用户做数据的采集，比如我们有微博、微信的收藏功能，这一类功能的提供我们比其他产品都要早。

问题 4　KMF：据我所知，国内很多用户在使用笔记类软件时也倾向于在 PC 桌面端使用，这背后有什么样的原因和行为动机呢？

李峻：你说的也是我们用户的典型特点。我们后来也专门研究过为什么会是这样，结果发现个人使用笔记的群体在中国的情况很特别。我们不像国外，尤其是在美国和日本，使用笔记已经成为日常习惯，记笔记是一种生活必须，也是一种理性的行为。（KMF：对，我们看到很多日本出版的图书都在介绍生活和工作中的笔记使用方法。）而美国又是另一种情况。在美国，Evernote 的最早使用场景之一就是拍日常的账单，因为电子账单在美国是必备的事情。在中国，未来可能也会慢慢出现这种行为趋势，但是在当前，云笔记在中国不会成为一种日常大众化的便签记录的工具。

基于这种认识，我们将产品定位于为知识工作者、知识型员工服务，而他们真正有效的工作工具或创作工具还是 PC；但是他们又有碎

片化的时间和手机上的使用场景，手机提供了一个必要的辅助作用。我们认为桌面端和移动端都需要，但是使用场景不一样，所提供的功能也不一样，因此就同步做了。现在对产品的使用状况也是用户基本上都在多端一起使用。比如用户上班时间就是以 PC 端为主，下班时间移动端的使用比例就多起来了，这些现象我们都是有背后的数据分析支持的，通过数据分析我们可以清楚地看到用户是怎么使用这一类型的产品的，然后基于此，一直在做优化和改进。

3 对知识工作者和知识型员工的认识

问题 5 KMF：您刚才提到了知识工作者和知识型员工，这应该也是为知笔记在定位上区别于其他同类笔记产品的特点吧？您能否进一步谈一下对于知识工作者和知识型员工的理解呢？

李峻：好的。刚才说到我们很早就发现云笔记在国内还不会很快变成一种大众化的日常记录工具。所以我们更多地是聚焦于办公人群，或者是学习者，比如高校里在大三、大四以上、研究生群体，你会发现他们有很大的共性。

我接触知识管理这个行业比较久，自己也有一些知识管理的习惯。知识管理这个概念每个人理解可能都不一样，但是在我看来，知识管理其实就是每个人尤其是上述这些知识工作者在信息型组织里面，怎么利用自己大脑的能力，去创造出更多的价值。尤其是在没有形成批量生产和规模经济的商业环境中，比如中小企业和小微企业，在这些企业中知识型员工的能力其实就代表了公司的生产力，我认为知识管理就是对这一批人的管理方法。

而我们刚好也是一个擅长做效率工具的团队，因此也希望做出一些好的工具，能够帮助这一类人更有效地工作，减少重复劳动。说到减少重复劳动，一个最简单的例子就是我在网上找过的解决方案，再用时不用再去找了，要么是我已经实时记录整理过了，要么是我在自己的笔记中已经保存并能够搜索到相关的一些东西。

问题 6 KMF：贵公司的产品面向知识工作者，所以它不仅仅是一款个人知识管理工具，也需要面向群体和团队。那么根据您的理解，个人知识管理业务和团队知识管理业务在商业模式上有哪些不同，又有哪些联系呢？

李峻：对，我们是先从个人知识管理和个人用户做起。提供团队服务，跟我们的商业模式和中国的背景有很大的关系。这一类型的软件一开始都是以免费试用的方式去运营的。尤其是在中国，这种软件基本上大家认为理应就是免费的，只有你真正用好它，让它带来价值，才会为它付费。而且早期盗版软件比较猖獗，人们会去网上找盗版来用，这不是一种非常健康的生态。因此在软件初期普及的过程中，收费的比例相对来说是非常低的。以我们公司来说，也是因为借助了创业投资的风潮，才能顺利地把产品研发出来，一般的公司可能早就扛不过去了。

不过未来的前景应该会越来越好，商业模式也会越来越清晰。慢慢的你会发现苹果公司带过来的一些势头，一方面把软件的价格给拉低了，让大家可以接受，另一方面电子支付这种东西越来越普及，大家越来越接受花十几、二十块钱买个正版软件，人们的付费习惯和使用正版的习惯越来越强。另外，人们使用云服务的习惯也慢慢培养起来了，这些要是放在几年前还都是非常困难的事情。但是有一点，用户所在的公司去买一款商业产品，大家还是认为应该去付费的。从根本上来讲，还是因为大家看到工具能为公司或用户带来价值，大家才愿意付费去购买。

4 企业中的知识管理场景和问题挑战

问题 7 KMF：什么样的企业部门和团队会使用为知笔记，他们又是出于什么样的动机和场景来使用呢？

李峻：以 SaaS 方式提供服务的软件，很大一部分都是面向中小企业和我们现在说的小微

知识管理论坛，2016(2):156-162
DOI：10.13266/j.issn.2095-5472.2016.020

企业。敢于用云服务的这些企业从早期到现在主要都是一些创业型的公司，或者是互联网电子商务企业，这类线上运营型的企业有一个很大的特点就是：他们对于信息安全性的顾忌小于对效率的追求。另外，小微企业还有一个特点就是他们没有实力去花费几十万去购买一个咨询产品，而是以成本和效率为导向。何况我们是一个先让别人免费使用，别人觉得好用才会去付费的模式，这就逼着我们要实实在在地去解决知识管理的核心问题。

具体来说，来自传统大公司的一些企业级客户看到我们的产品之后，都希望我们有一个类似传统知识管理系统的解决方案，或是我们作为实施团队或咨询团队帮他们去实施、帮他们接手企业的知识管理项目，在大公司的期望中，我们这家新兴的公司既要具备云的架构能力也要具备移动能力，还可以提供一个传统的知识管理系统或解决方案。

但是事实上我们对这一点有不同的看法。我们首先要思考为什么要做这样一个产品，为什么要跟传统的知识管理软件服务商一样去做大型的知识管理系统，10 余年来，我们发现这一块的市场份额越来越小。

所以我们更多地是从源头处、从用户处去解决问题，也与用户一起学习和成长，而不是从一开始就去拷贝别人的产品，然后把类似的功能移植到手机上或者云上，况且即使在国外也很少有成功的产品或服务来供我们参考。总之我们认为知识管理工具需要帮助用户解决实际问题，而不是仅仅做一个满足老板和企业管理者的信息系统。

问题 8　KMF：那么顺着这种思路，您认为当前企业知识管理工作中具体面临哪些问题，需要首要解决哪些问题呢？

李峻：因为我们也经历过大公司，也看过不少大型产品的解决方案，甚至我们也做过一些类似的事情。但你会发现，很多公司花费了很大精力、组织了很多人马去做知识管理系统，或者请咨询团队做了很好的知识管理解决方案，但是系统上线之后发现公司根本没有人会主动去用它，最后连牵头的人兴趣都慢慢减退了，大家一忙起来就把这个系统扔到一边，都去忙自己的业务去了 —— 这是企业在开展知识管理项目时很常见的现象。

我们不希望知识管理工具成为企业的一个鸡肋。我们的一个核心思维就是认为知识管理是建立在信息管理的基础上的，首先要让用户信赖它，有效、及时地共享和传递信息。其实把团队内部日常的信息交流问题处理好了，知识管理就有了很好的基础，就已经成功了一大半了。

具体来说，工具的价值就在于让一群知识型工作者在一起工作时，能够加速彼此间信息的传递和交流，帮助用户用最简的方式去做共享：一方面在电脑端，用户能够方便地阅读、撰写、分享知识；另一方面在移动端，用户撰写、编辑、整理这些行为会比较少，而阅读、评价、标注、批注会比较多，在用户碎片化的时间里，这一类的行为操作是非常频繁的。因此可以说工具移动端的使用体验直接帮助团队内部信息的及时传递。

问题 9　KMF：信息产生、积累和传递起来了之后，困扰企业知识管理的另一个问题是无效和垃圾信息太多，又应该如何解决呢？

李峻：在当前，判断团队内知识的有效性还是靠人工的判断，比如我觉得这条知识对于团队有用，我就给别人分享过去，对于团队没用的我就会主动把他屏蔽掉或者清理掉。但是未来可以通过人工智能等方式实现这一点，比如我们现在就在研究认知科学、语义识别、机器学习的一些技术，希望通过用户使用数据来自动判断有关信息对团队的有用性和有效性。然后知识管理工具就会慢慢地自动将有价值信息标注成精华或者使其更容易被搜索到，让团队自动地积累和沉淀有效知识，而不重要的信息将会自动归档。

5 用工具弥补人脑不擅长记忆的缺陷

问题 10　KMF：您说的将认知科学的一些理念

引入知识管理，我们非常感兴趣，能够更详细地介绍一些您对这方面的认识吗？

李峻：我们一直在跟进认知科学。知识管理的核心就是隐性知识和显性知识的相互转化，在企业中，显性知识大多已经转化成为了图文材料，成为共用的知识，而隐性知识这一块其实就是研究人脑。沿着认知科学的思路，我们关注人脑有什么样的缺陷，有什么样的优势，有什么是计算机能帮助做的，有什么是计算机替代不了的。我们的定位就是通过工具帮助大家去做那些人脑不擅长、而电脑很擅长做的事情。

人脑的一个缺陷就是会主动遗忘掉一些自认为不重要的信息。比方说传统的公司知识管理系统的一个核心功能就是要求你在事后提交一个经验总结类的知识文档，但是这些事后回忆的东西在很大程度上都是失真和有偏差的，因为你需要花很多精力去回忆，在事后写文档的时候你又关注于怎么样才能写得有条理、结构化，这样反而会过滤掉重要的细节，又堆砌了没有价值的、不必要的东西。让一个团队在事后去生成这些文档的代价是很高的，一方面是因为正式文档的篇幅要求，撰写周期也很长，一个月产生不了几篇；另一方面，事后撰写文档考验的是表达能力和写作水平，一些员工可能实践水平很高，但是写出的东西可读性并不高。

问题 11 KMF：那么我们应该如何克服和弥补工作中人脑不擅长记忆的缺陷呢？

李峻：我们就是想通过软件及时记录，来帮助你做一些人脑不擅长记忆的事情。当大家一起投入一项工作时，我们希望通过计算机在最短的时间内用最小的代价把做这件事的过程记录下来。这不仅仅是团队和部门的事，而是应该从每一个人做起。所以我们的产品首先要保持个人笔记的特性。

作为个人，你将有用信息及时记录在个人笔记这一块，记下来之后即使你短期内用不上、你今天用不上、一星期用不上都没关系，但是当一个公司或团队的其他同事需要的时候，这个笔记就有用了。3 天前的信息如果没有被特别强化的话，一般人是记不住的，但是如果有一个笔记记录，而且你知道在哪里找到这条记录，那么人脑记忆的问题就解决一大半了，起码不用再花费很大精力去伤脑筋回忆了。

另外，及时记录还有一点好处就是保持工作记录的客观性。比如在协作分工的过程中，一个纸面文字记录的备忘录可以帮助团队时时刻刻保持一个非常客观、有依据的沟通方式，而避免在权责分工上发生推诿的现象；还有就是和客户的沟通记录、在工作过程中查到的一些资料等，对这一类信息进行客观的记录，比起事后通过自己的回忆、假设或臆断来还原会更加的客观可靠。

总之就是这样，从个人到团队再到整个公司，逐步形成对有用、有效信息的记录，一级一级、自然而然地为这个公司积累知识和价值。因此，我们也建议企业中的每个成员养成良好的记录习惯。我们将这种知识管理方式归纳为“自下而上”的方式，而不是靠自上而下的强制推行。

6 发挥“内驱力”真正提升工作效率

KMF：我对您“自下而上”推行知识管理的方式非常认同，现在企业更多地是依靠员工自身的驱动力，而非科层制中来自上级领导的强制力，尤其是对于越来越多的 80 后、90 后员工来说，情况更是如此。

李峻：对。以前我们在管理上总是讲外在的驱动力，通过“胡萝卜加大棒”的方式对团队进行管理，以奖金啊、绩效啊、罚款啊、辞退啊这种方式来对人进行管理。不过现在慢慢你会觉得，这些方式对于知识型员工效果不佳。尤其是对于一些创意型的工作，以强制性的管理模式会抹杀人的积极性和创造力，让大家局限于刻板的流程当中，其实这对于公司来说是最大的损失。尤其是对于小微企业，把人留住已经是很难的事情，如果你再去强制上什么管理系统，再去约束人家，会让大家觉得在这个

ChinaXiv合作期刊
知识管理论坛，2016(2):156–162
DOI：10.13266/j.issn.2095–5472.2016.020

企业或团队工作没什么意思。所以现在很多流行的管理方法都会强调扁平化、柔性化，让每个人对自己负责，不限制工作方式，只要你把事情做好。

问题 12 KMF：那么您觉得，对于知识型员工，如何通过发挥他们的“内驱力”来提升工作效率呢？

李峻：我们研究的一个最核心的问题就是人的内驱力：怎么样让他为自己负责，让团队在工作时形成一个非常平等、相互帮助的状态，共同去做到一个好的结果。

我认为知识管理工具的设计理念就是要员工去真实地、自发地分享他们的经验，必须要调动和发扬员工的内驱力。公司没有权力去强制要求员工将知识写在公司规定的知识平台上，更没有权力去“掠夺”员工的个人知识记录，反而公司应该鼓励员工养成为自己记笔记的习惯。这样一来，就让员工意识到他真正是在为自己工作，在专心地、有效率地工作后，可以心安理得地去休息。只有这样，才能让员工在工作中更快地进入“心流”（编者注：心流是心理学术语，指一种将个人精神万身心投入到某种活动的心理状态和感觉。人们处于这种情境中时，往往会有高度的兴奋感和充实感，能够专注一致）的状态，让他在工作中更加的愉快、更加的投入、更有效地创造价值。

目前中国的很多管理软件还停留在传统的思维，即以对员工的不信任和监督为前提，实际上这种方式不适合新形态的组织和员工。虽然我们也可以做类似的解决方案然后卖给老板，还可以卖一个很好的价格，尤其是那种可以跟踪定位员工位置的销售管理软件，这类产品会卖得很好，但是你会发现这一招对于知识型员工一点效果都没有，反而会起到反作用。我们在这方面的认识比较清醒。

所以对于员工碎片化的时间，不能要求他都在手机上处理公务，而是允许他在休息的时间不看产品，不受打扰。比如我们的产品细节中就设计了在晚上的某一时段可以开启防打扰模式，不会主动提醒你。

我们希望更多的公司管理者也有这方面的理念。而我们自己则希望通过工具和软件来促进企业管理模式的改变。

7 自下而上、适应心智的知识管理新路径

问题 13 KMF：知识型员工的效率和积极性被调动起来了，每个人也都积累了个人记录，那么在“自下而上”的过程中，如何让个人知识上升为团队知识、将个人的效率凝结为团队的效率呢？

李峻：这主要涉及一个“信任度”的问题。我们认为，在任何一个团队里面，如果大家是互相见过面的，知识就更易于被分享。而在一个大公司中，如果互相没有见过面、没有工作联系，分享的效果不一定好，而且还会带来很多噪音。如果我写的东西不是非常完善周密的话，我是不可能拿到一个不信任的圈子里面去分享的。

有效的知识分享场景往往是在同一个部门、同一个团队或者同一个项目组里面，需要分享的信息即使是一个碎片化的信息、一个不完善的草稿信息，我们也可以放心、及时地分享出来。而往往这些信息经过长期积累之后，稍作整理就可以形成经典的知识和经验。

因此，我们也建议企业尝试采取一种新的知识管理方式：不再去搭建一个公司级别大而全的知识管理系统，或者去强制要求所有人都去使用它，而是一开始就分散到各个组织团队中，让他们自己去经营；在公司层面只要提供一个基础的服务平台和做一些基本的 IT 要求就可以了。

总结起来，真正的知识组织其实是一个自组织的过程，只要它内部的信息沟通顺畅，其效率和内在价值就会自然而然地提升。这就是我们所说的“自下而上”的方式，归纳起来就是：先从团队中的个人开始，把每个人自己的信息通过更好的习惯整理起来，再通过工具和服务在团队内部及时进行沟通和分享。这样文档在团队内部也在不断积累，当公司需要好的经验和解决方案时，就不需要从头去撰写知识文档交差，而是可以从已经积累下来的真实客

观的工作记录中去提炼出来，稍作加工即可，并且可以成为高价值的案例。我们认为这种模式才是一个真正有效的过程，这样就能促成团队效率的提升。

KMF：这种企业中“自下而上”的知识管理模式的确为我们提供了一个新的视角和工作思路。

李峻：我们实际上也是用一种不同的思路在解决困扰企业的老问题，而不是用移动互联、云计算等新技术来重新实现以前的老方案。

KMF：对，利用新的技术并不是要“穿新鞋走老路”。在对“术”改进的层面上，还要有“道”的提升。

李峻：这个创新的时代有很多新的机会值得我们去尝试，有很多以前做不了的东西现在是可以做的，包括将认知科学的规律和新的技术结合起来，创造出完全创新的产品。

这为我们的一些传统观念带来挑战。比如我们传统的共识认为自己公司里面保存的知识都是商业机密，包括我们长期以来卖得最好的也不是公有云而是本地私有的为知盒子。这其实是一个观念的问题，尤其是对于很多中小型公司和小微企业，除了客户信息以外，公司其实没有太多绝对的“你无我有”的绝密信息和知识经验。

企业如此，个人也是如此。很多人以前的习惯就是：把互联网上的东西全部下载下来，存到本地，然后就感到很满足了，以为自己都掌握了。实际上这种知识获得感是一种假象。就像很多人买书，买来放在书架上，就认为掌握了这个知识，实际上一切都还没开始呢，最后发现只是买了一大堆书。我们的用户也是这么成长过来的，早期的时候是从网上下载一大堆文章，大脑就会认为“我的知识非常富有了”，实际上你并没有，等你真正做事要运用知识的时候，才发现“我原来还是什么都不会”。这其实都是人性，和人的自主心智有关。

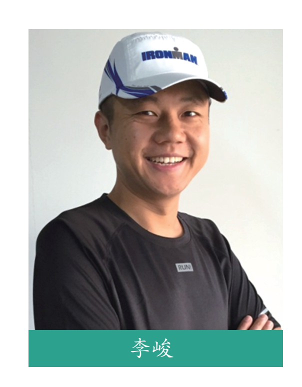
KMF：您说得很形象，像我们的很多大学里面的研究生也是从数据库里面下载一大堆文献，然后就心安理得了，存在电脑上就以为自己已经掌握了。这有时候也是人的本能习惯。

李峻：现在信息获取方便，知识资源也不再稀缺，根本不需要你去占有它，相反你占有的内容太多，而对工作和创造没有帮助的话，就可能是噪音，不会对你有任何帮助。所以我们真正要做的是怎样帮助一个人把外界的知识能够真正传递和利用起来，更多地去使用知识，而不是去获得或保存知识。

在我们平时阅读的过程中，感觉哪些东西有价值，就把它摘录下来，平时就做碎片化的积累，当你真正要去输出和分享的时候，我们就能够从日常积累中获得灵感。对企业知识管理者的建议思路也是如此，其实叫不叫知识管理并不重要，只要帮助企业员工树立了正确的学习方法和工作方法，自然而然会为企业带来价值。

包括我们自己公司也经历了类似的成长阶段，现在公司内部基本上所有重要的信息都能够被记录和分享，该有的记录、经验、总结全都有了，因此困扰传统公司的人员流动问题并不会对我们的产品开发工作有太大影响，这也是我们公司一点一滴养成的良好习惯。

KMF：为知笔记为众多小微企业提供了新的知识管理思路，其自身也可以作为小微企业知识管理的典范。今天非常感谢您的分享！



李峻

采访后记：

“小而美的轻知识管理”，这是笔者在采访结束后脑海中立刻浮现的题目。可以说这几个字概括了为知笔记及其背后所代表的知识管理理念。为知笔记自身是小微企业的创新产品，同时服务于小微企业和个人。不同于传统企业“大而全”的知识管理系统，李峻和他的为知团队以极客思维、产品思维和互联网思维，打造出“小而美”的轻量级知识管理产品。而我们认为更重要的是工具背后所传递的新的知识管理理念，即从知识工作者个人做起，充分尊重和顺应人的心智，用工具作为大脑的补充和外延，自下而上、一点一滴、一级一级地形成个人、团队和企业的知识积累。相信这些观念一定会为我们带来新的启示。有时候，少就是多，大道至简。